


COMENZAMOS A DEFINIR AL CLIENTE DE TUS SUEÑOS

1. Características Demográficas

- ¿Es una mujer o un hombre?
- ¿Edad?
- ¿En qué trabaja?
- ¿Cuál es su poder adquisitivo?
- ¿Tiene familia? ¿Tiene hijos?
- ¿Dónde vive?
- ¿Profesión?
- ¿Qué blogs o revistas lee?
- ¿A qué tipo de newsletters se suscribe?
- ¿Qué hobbies tiene?

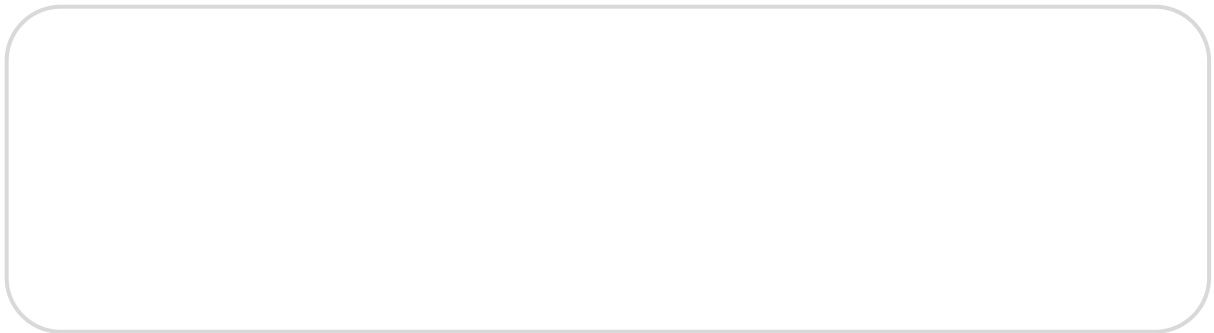
NOMBRE: _____		
PROFESIÓN: _____		
1. Parte Objetiva	2. Parte Subjetiva	MENSAJE DE MARKETING
Características Demográficas	Intereses, Sentimientos y Motivaciones	

2. Intereses, sentimientos y motivaciones

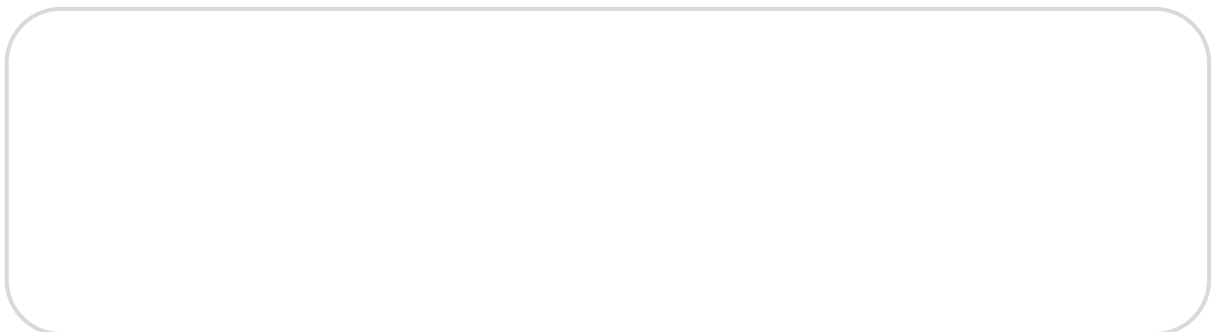
Olvídate de las estadísticas. Es el momento de trabajar la imaginación y ponerte en el lugar de esa persona pensando qué es lo que tú querías si estuvieras en su pellejo.

Aquí tienes las preguntas...

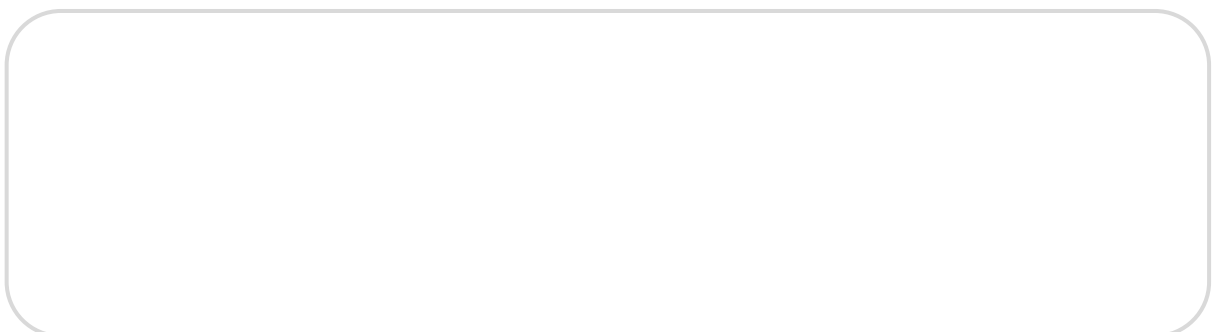
¿Qué le mantiene despierto por la noche?



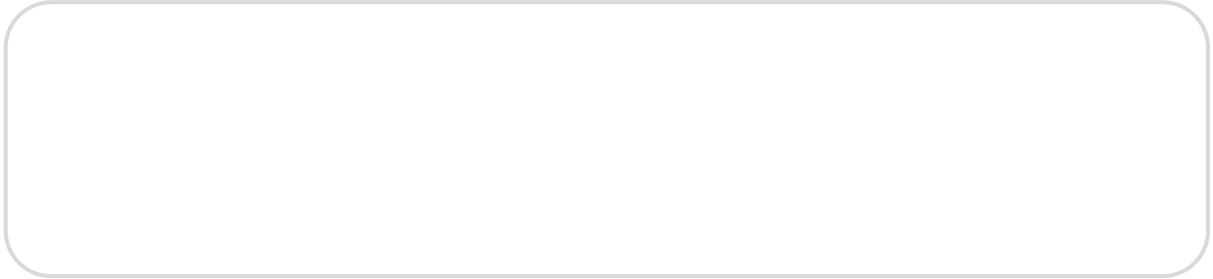
¿Con qué sueña realmente? ¿Qué quiere conseguir?



¿Cuál es su mayor frustración / reto con una situación relacionada con su negocio? ¿Qué es lo que busca?

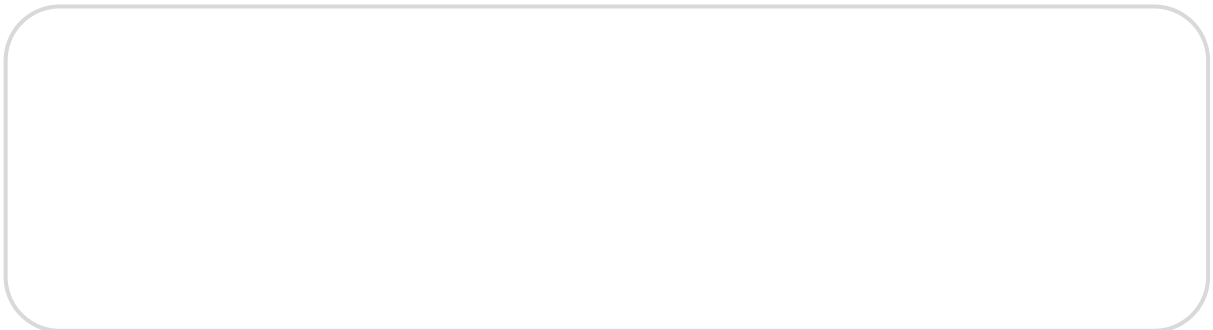


¿Qué es lo que más valoran tus clientes de tu producto o servicio? (La rapidez en la entrega, su forma, la atención al cliente...)



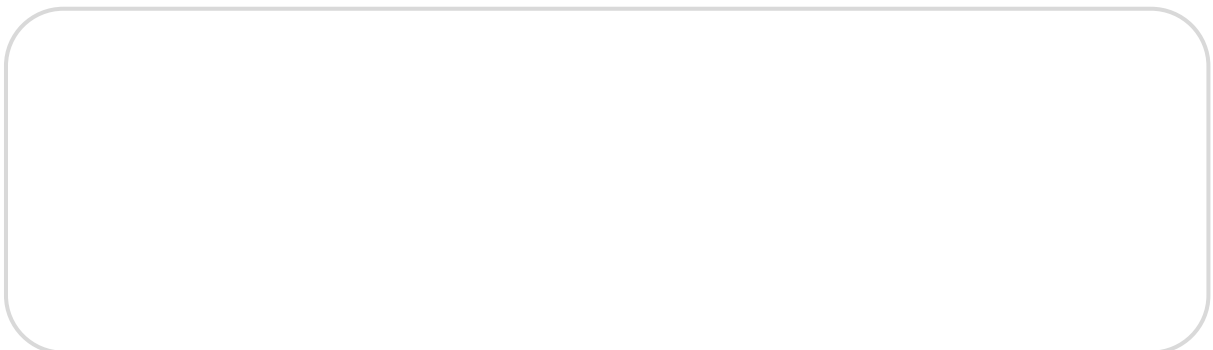
¿Qué es lo que esperan de tu producto y/o servicio? ¿Qué es lo que esperan alcanzar una vez terminado tu servicio?

(Mejorar su imagen, evitar esfuerzo,... Al final de este descargable tienes diferentes motivadores de compra).

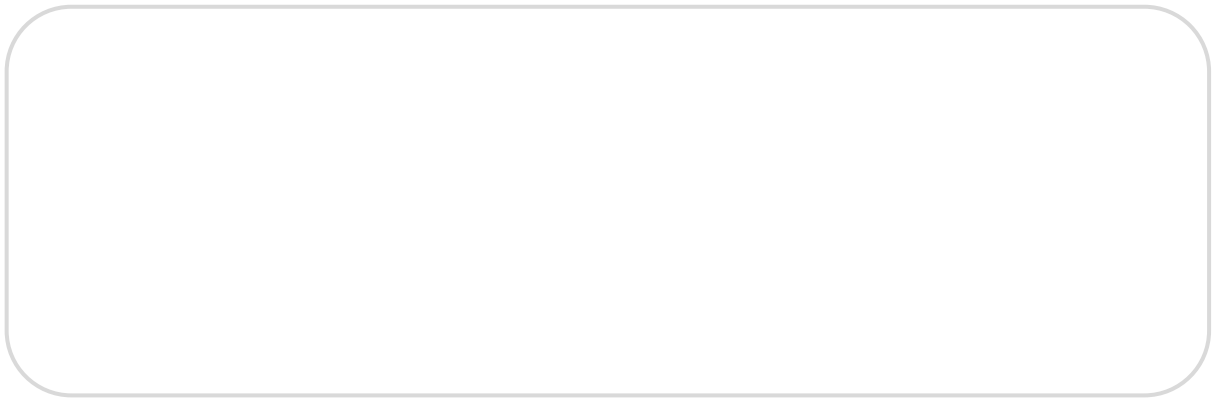


Quiero que te imagines cómo se siente cuando entra en tu Web y va a contactarte. ¿En ese momento qué es lo que le preocupa?

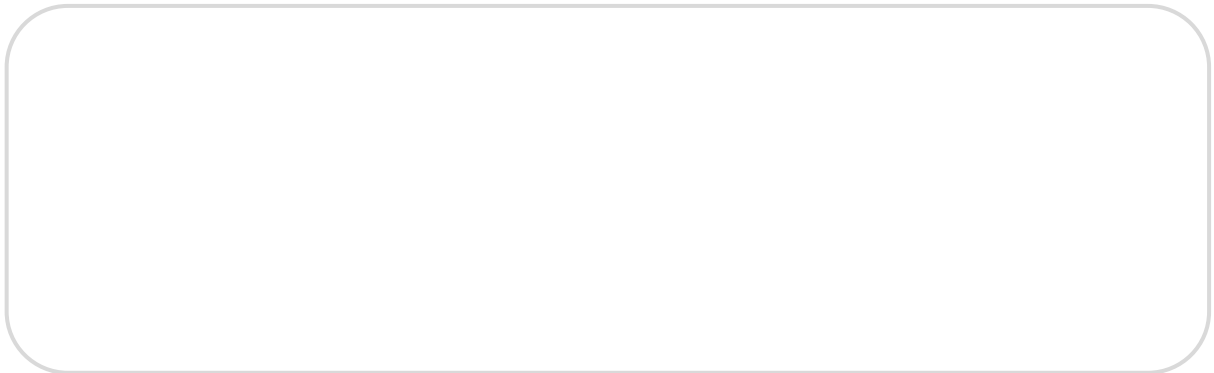
Habla en 1ª persona para sentirte todavía más en su piel.



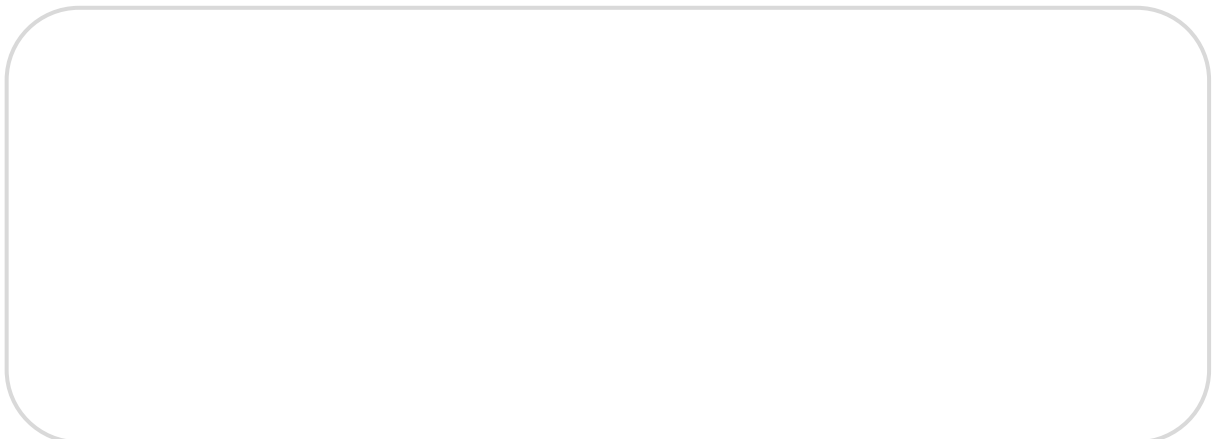
¿Qué es lo que le está impidiendo este cambio? ¿Por qué no ha pasado todavía a la acción?



¿Qué es lo que necesita saber sobre su situación para dar de una vez por todas el paso?



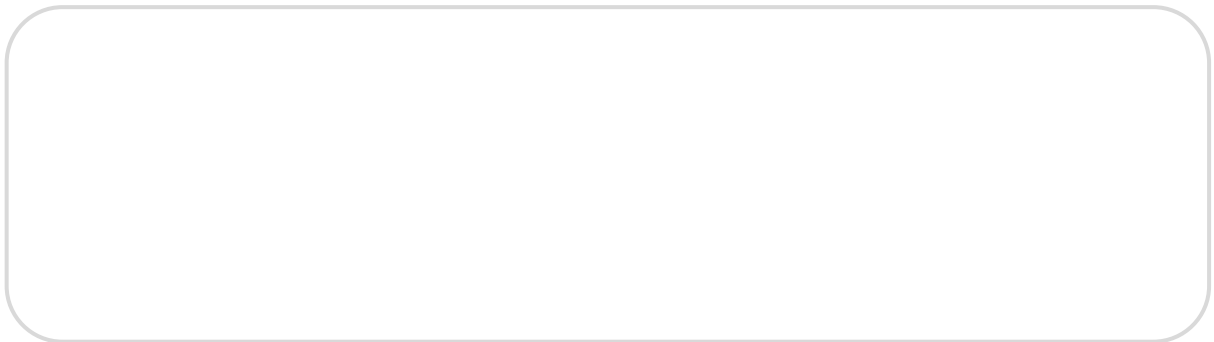
¿A quien necesita vender ese cambio con el fin de conseguirlo?



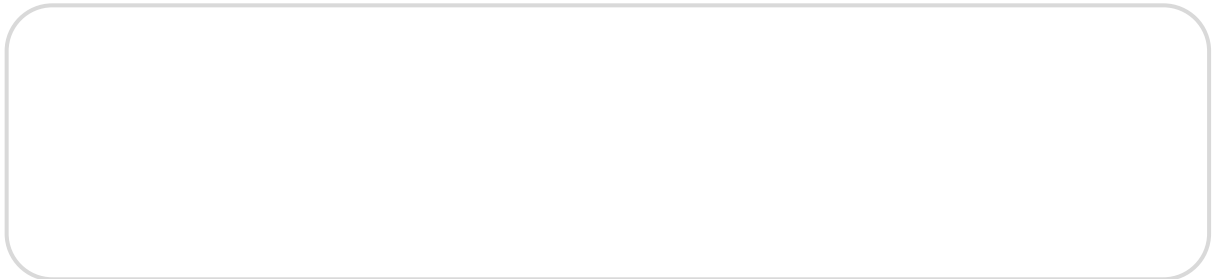
3. ¿De qué manera transformas la vida de un cliente?

Vamos a pensar en qué es lo que tu cliente espera en el futuro considerando la manera en la que con lo que tú vendes llegas a transformar su vida.

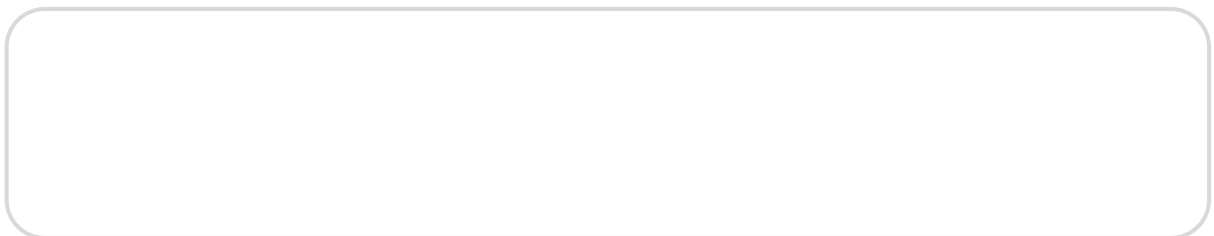
Cuanto más específico seas sobre los cambios que vivirán, más llegarás a conectar con ellos de una manera emocional.



¿Cómo crees que tu servicio influenciará la vida de tu cliente en los próximos 2-3 años?



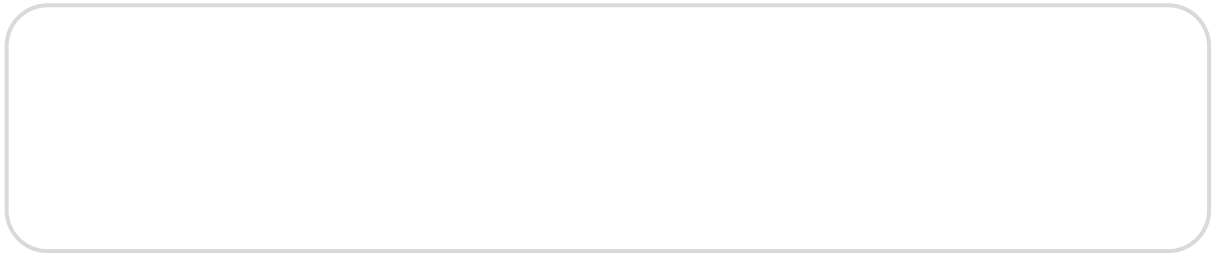
¿Qué tipo de cambios en su vida puede afectar a tu cliente ideal?



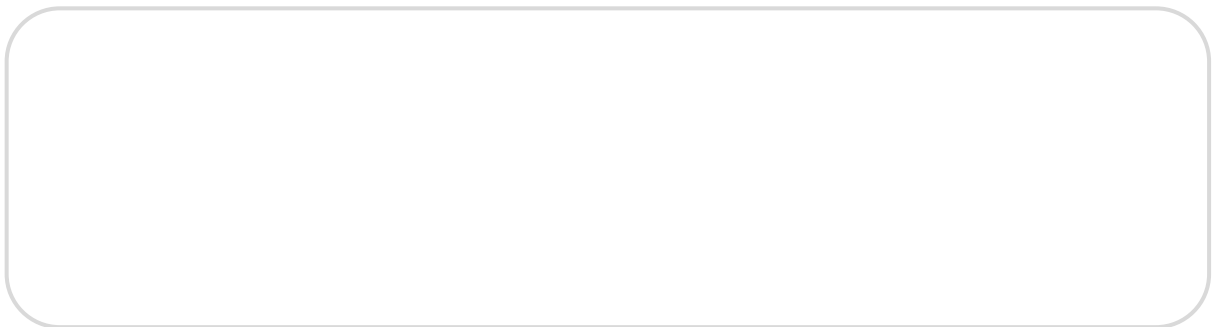
4. Escribamos lo opuesto. ¿Qué tipo de clientes no encajan con lo que vendes?

A veces es más fácil escribir sobre lo que no quieres que sobre lo que quieres, ¿no es así?

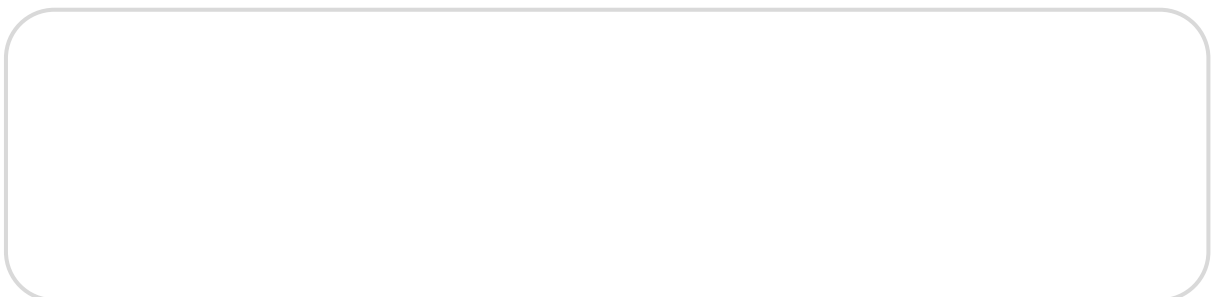
Este ejercicio es para determinar los clientes que no encajan con el servicio y/o producto que ofreces. Una manera de descubrir realmente quién es el tipo de cliente que quieres atraer.



¿Cuál es el tipo de peticiones que no podré satisfacer porque están fuera de mi área de especialización?



¿Cuál es el tipo de personas que por su carácter te pone muy tenso/a?



5. ¿Cuál es el tipo de lenguaje que utiliza?

Te recomiendo que visites foros y páginas en las que sabes que tu público objetivo escribe para dejar algún comentario. Puede ser un testimonio a un libro que ha leído y que está relacionado con tu producto o servicio o un debate en un foro.

Este es un lugar idóneo para encontrar el tipo de palabras que utilizan para expresar sus sentimientos y todo lo que piensan sobre productos y servicios muy similares a los tuyos.

Comienza apuntando las palabras que ves y que te llaman la atención.

Lista de emociones...

Lista de verbos...

Lista de sinónimos...

Lista de palabras claves...

50 motivaciones que llevan a una persona a comprar

- ☐ Satisfacer la curiosidad y/o el ego.
- ☐ Ser exitoso.
- ☐ Hacer el trabajo más fácil.
- ☐ Ahorrar tiempo.
- ☐ Proteger su reputación.
- ☐ Sentirse importante.
- ☐ Conseguir conocimiento.
- ☐ Tener suerte.
- ☐ Ganar popularidad.
- ☐ Ser sociable.
- ☐ Conseguir admiración.
- ☐ Ahorrar dinero.
- ☐ Trabajar menos.
- ☐ Evitar esfuerzo.
- ☐ Conseguir una sorpresa.
- ☐ Obtener prestigio.
- ☐ Aumentar la diversión.
- ☐ Relajarse.
- ☐ Ser el primero.
- ☐ Mejorar la apariencia.
- ☐ Hacer las cosas bien.
- ☐ Conseguir el afecto de otras personas.
- ☐ Estar al día de lo que ocurre.
- ☐ Satisfacer deseos sexuales.
- ☐ Vivir más tiempo.
- ☐ Satisfacer su ambición.
- ☐ Sentirte orgulloso de tus posesiones.
- ☐ Relajarse..
- ☐ Sentirte más cómodo.
- ☐ Incrementar el placer.
- ☐ Sentirse atractivo.
- ☐ Satisfacer su apetito.
- ☐ Estar fuerte y con salud.
- ☐ Proteger el futuro de sus familiares.
- ☐ Ser buen padre/madre..
- ☐ Evitar vergüenza.
- ☐ Estar entre gente influyente.
- ☐ Evitar la crítica.
- ☐ Ser eficiente.
- ☐ Proteger el medio ambiente.
- ☐ Evitar escasez.
- ☐ Ser creativo.
- ☐ Tener seguridad en la vejez.
- ☐ Mejorar su autoestima..
- ☐ Atraer al sexo opuesto.
- ☐ Conseguir mayor reconocimiento.
- ☐ Estar a la moda.
- ☐ Ser innovador..
- ☐ Tener un trabajo mejor.
- ☐ Encontrar productos nuevos y especiales.